

Statement Torsten Ahlers

Managing Director MediaMarktSaturn Retail Media

TikTok Shop zeigt den Trend – aber Retail Media macht den Unterschied: Weil der Kauf nicht immer dort stattfindet, wo die Customer Journey beginnt.

Ingolstadt, 02. April 2025

„Die Einführung von TikTok Shop in Deutschland bestätigt einen klaren Trend: Marken setzen verstärkt auf Plattformen, die datengetriebenen Handel ermöglichen. Social Commerce und Retail Media eint die Verwendung starker First-Party-Daten für eine präzise Zielgruppenansprache. Doch während Online-Pure-Player den Kauf ausschließlich digital abbilden, gehen wir als Omnichannel-Spezialist mit unserem Retail-Media-Angebot einen entscheidenden Schritt weiter:

Durch die Verbindung von stationärem Handel und Webshop können wir den gesamten Kaufprozess – vom ersten digitalen Touchpoint bis zum Kaufabschluss im Markt – nachverfolgen und messbar machen. Wir sehen in der Customer Journey im Consumer Electronics Bereich einen starken ROPO-Effekt, *Research Online, Purchase Offline*, den wir durch unsere Retail-Media-Kampagnen auf jeder Ebene gezielt ansprechen können. Diese Verknüpfung von Online-Werbung mit Offline-Käufen ist ein Vorteil, den reine Online-Player nicht bieten können. Die Kombination aus digitalen Kampagnen, In-Store-Integration und datenbasierten Insights schafft einen echten Mehrwert für Unternehmen, die ihre Kundinnen und Kunden genau dort erreichen wollen, wo sie Kaufentscheidungen treffen. In einer Welt, in der Kundinnen und Kunden kanalübergreifend shoppen, wird unsere Omnichannel-Strategie daher zum Gamechanger für Marken, die nicht nur digitale, sondern auch stationäre Verkaufszahlen steigern wollen.“



Über MediaMarktSaturn Retail Group

Die MediaMarktSaturn Retail Group ist Europas führendes Handelsunternehmen für Consumer Electronics sowie die dazugehörigen Services und Dienstleistungen. Im Rahmen seiner strategischen Neuausrichtung definiert das Unternehmen diese Kategorie jetzt neu: Mit dem Begriff „Experience Electronics“ beschreibt MediaMarktSaturn seine Neupositionierung und zugleich das Leistungsspektrum für seine Kundinnen und Kunden, indem der Elektronikhändler mit seinem Portfolio an Formaten und Marken das Kundenerlebnis und die persönliche Beratung in den Mittelpunkt stellt. Zum Unternehmen zählen die Kernmarken MediaMarkt und Saturn, die ihre rund 1.030 stationären Märkte in 11 europäischen Ländern umfassend mit Online-Vertriebsplattformen vernetzen und dabei in neun europäischen Ländern die Marktposition 1 oder 2 besetzen. Die Eigenmarken PEAQ, KOENIC, ISY und ok. runden das Portfolio ab. MediaMarktSaturn beschäftigt rund 48.000 Mitarbeitende und gehört mehrheitlich zur CECONOMY AG. Der Umsatz des Unternehmens betrug im Geschäftsjahr 2023/24 rund 22,4 Milliarden Euro, 24 Prozent machte dabei der Online-Vertrieb inklusive Drittanbieter aus. Mit rund 2 Milliarden Kundenkontakten pro Jahr über alle Kanäle hinweg verfügt der Elektronikhändler über eine enorme Reichweite. Mehr Informationen unter www.mediamarktsaturn.com. (Daten Stand per 30.09.2024)

Björn Radau

Int. Marketing & PR Retail Media

MediaMarktSaturn Retail Group

Tel. +49 151 40 63 22 32

radaub@mediamarktsaturn.com

www.mediamarktsaturn.com

www.mms-retailmedia.com